



ニフティライフスタイル

2024年3月期 第2四半期決算説明資料

2023年10月31日
ニフティライフスタイル株式会社
証券コード 4262

1. 2024年3月期 第2四半期決算概要
2. 2024年3月期 第2四半期 各事業領域の概況
3. 事業方針及び重点施策
4. Appendix

1. 2024年3月期 第2四半期決算概要

売上高
1,495 百万円

YoY+ **12.4%**

主力サービスのニフティ不動産が牽引、
2Q（累計）での設立以降最高を更新

営業利益
350 百万円

YoY+ **39.9%**

売上高の堅調な伸びに加え、集客効
率最適化への取り組み等が奏功し、
大幅な増益

トピックス

- ・ 株式会社GiRAFFE & Co.を完全子会社化
デジタルマーケティング分野での提供価値拡大を目指す
- ・ 初めての中間配当（6.5円）を実施へ

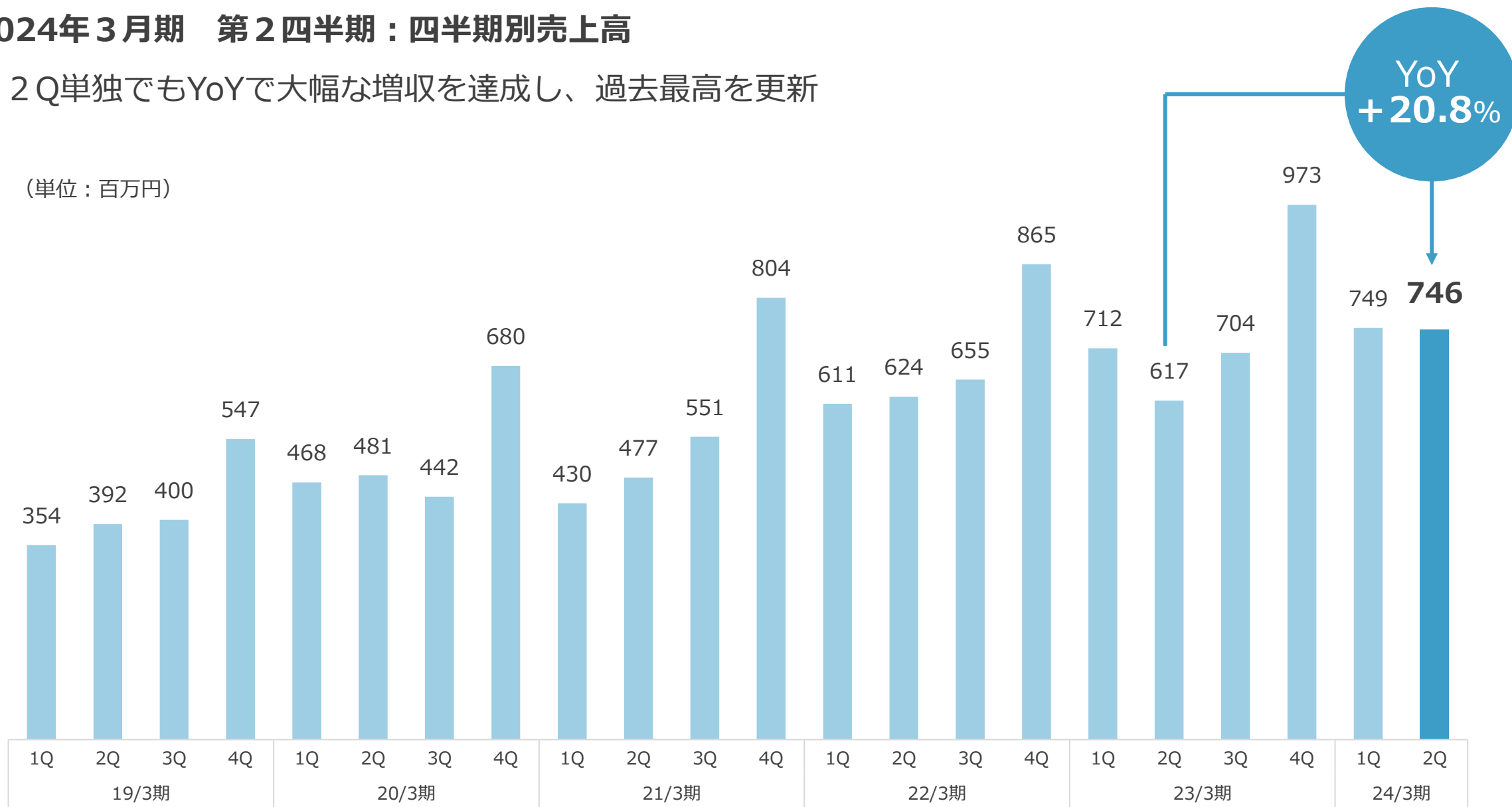
2024年3月期 第2四半期（累計）：連結損益計算書

(単位：百万円)	2024年3月期 第2四半期 (実績)	2023年3月期 第2四半期	YoY
売上高	1,495	1,330	+12.4%
売上総利益	1,110	966	+14.9%
営業利益	350	250	+39.9%
経常利益	353	249	+41.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	229	165	+38.7%
EBITDA	447	331	+35.0%

2024年3月期 第2四半期：四半期別売上高

■ 2Q単独でもYoYで大幅な増収を達成し、過去最高を更新

(単位：百万円)



2024年3月期 第2四半期（累計）：コストマネジメント方針及び費用内訳

■ 集客効率最適化に向けた取り組みにより、販売促進費等の費用増は限定的

(単位：百万円)

今期のコストマネジメント方針

開発

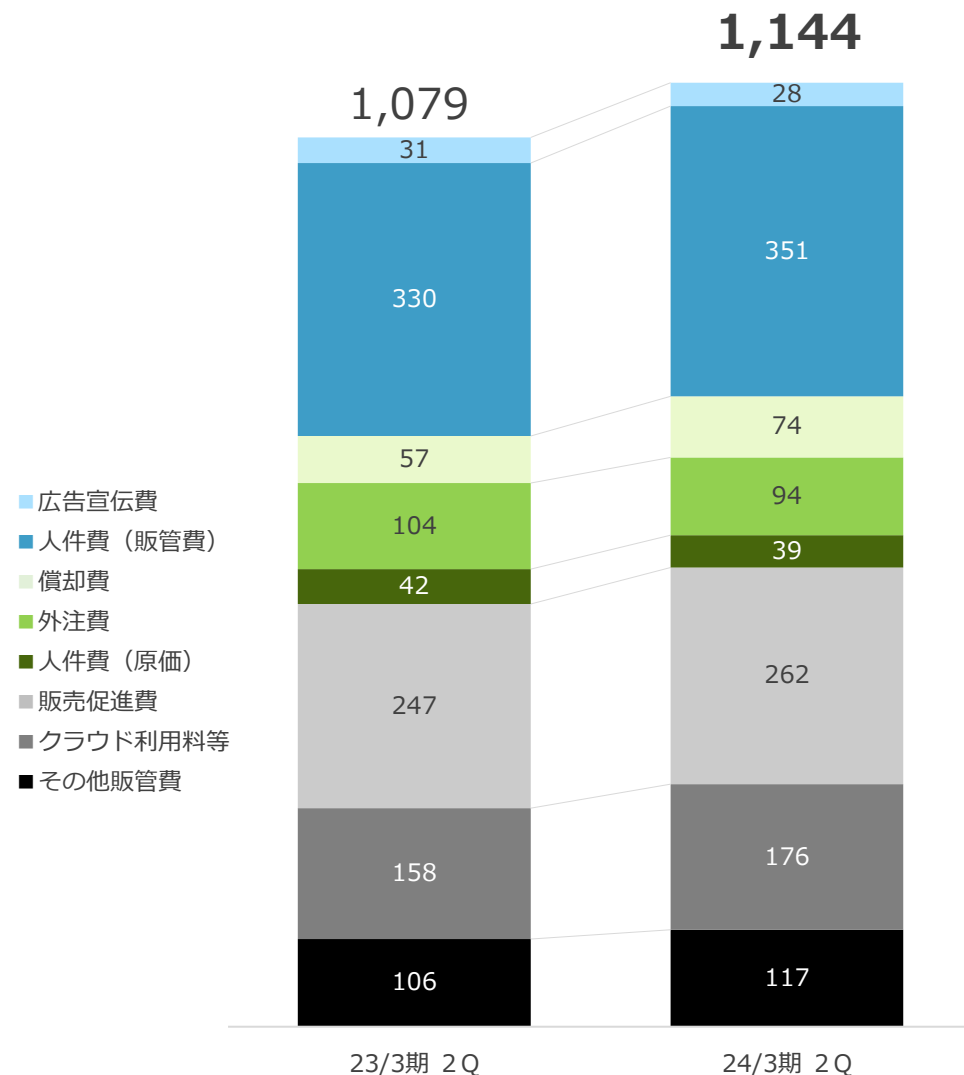
- 既存サービスの開発効率を向上
- 不動産周辺領域やウェルネス領域等に関わる新規開発を推進

広告宣伝

- 利便性訴求による顕在/潜在層への長期的なブランディングを実施
- 効率を重視し、売上高比率を5%未満へ

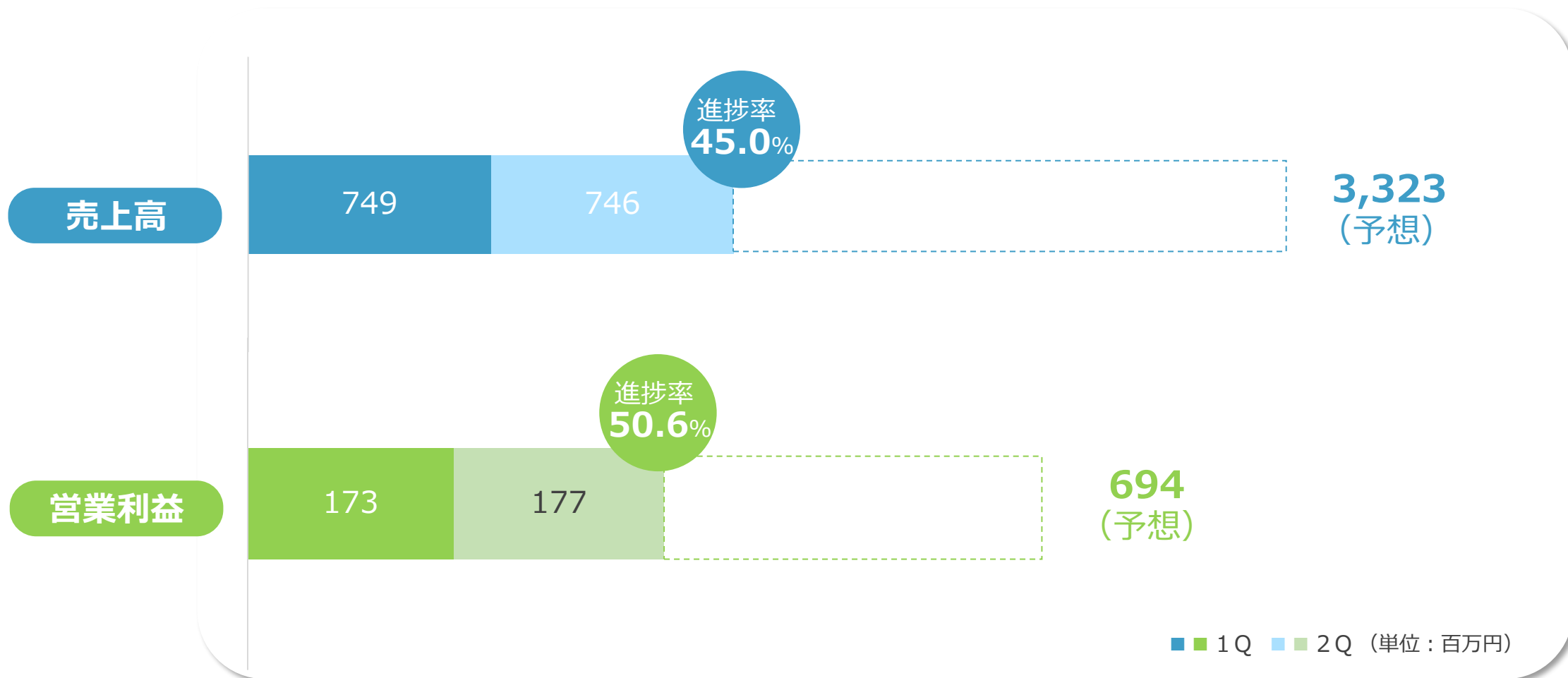
販売促進

- CRMやコンテンツ強化によりオーガニック集客の改善を図るとともに、販売促進コストの最適化を行い、売上高比率を前年並みにて効率向上



2024年3月期 第2四半期（累計）：通期予想に対する進捗率

- 主力であるニフティ不動産に季節要因があるため、売上高/利益ともに第4四半期偏重の傾向
売上高は計画通り、営業利益は計画を上回るペースで順調に進捗



2024年3月期 通期業績予想

(単位：百万円)	2024年3月期 通期予想	2023年3月期 通期	YoY
売上高	3,323	3,007	+ 10.5%
営業利益	694	571	+ 21.5%
経常利益	692	570	+ 21.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	457	339	+ 34.9%
EBITDA	892	747	+ 19.4%

株式会社GiRAFFE & Co.を完全子会社化

■ 中期経営計画初年度で、上場後初めてとなるM&A。

2023年9月29日付で株式会社GiRAFFE & Co.(東京都千代田区、代表取締役：吉澤宏充、以下「ジラフ社」)を完全子会社化 #顧客基盤の拡大 #提供価値の向上 #シナジー創出 #グループ内へのリソース提供

【ジラフ社の強み】

1

独自のノウハウと大手企業への支援実績があり、豊富なテクニカルSEOの技術的知見を有する

2

検索エンジンに精通しているので、テクニカルSEOに加え、集客最大化を目指すデジタルマーケティングコンサルティングの提供が可能



テクニカルSEO とは



<https://giraffe-co.jp/>

検索エンジン向けのSEOのこと。検索エンジンから正しい評価を受け、検索上位を獲得できるようにするため、サイト構築の際に技術的な部分を改修する手法

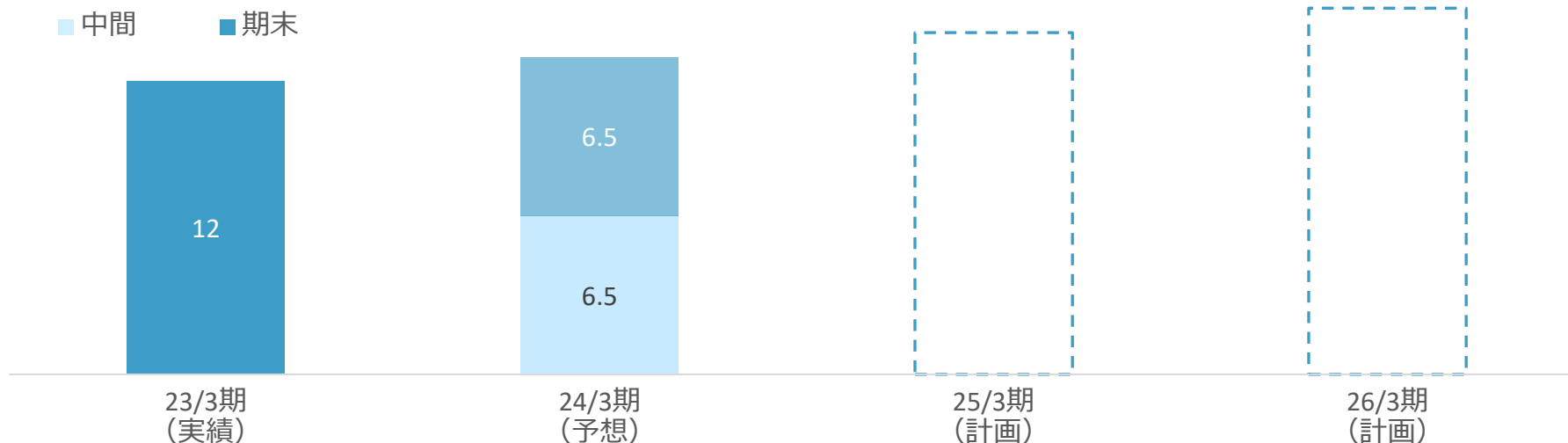
初の中間配当実施へ

■ 2023年3月期より配当を開始。今期からは当社として初となる中間配当を実施予定

中間配当 **6円50銭**

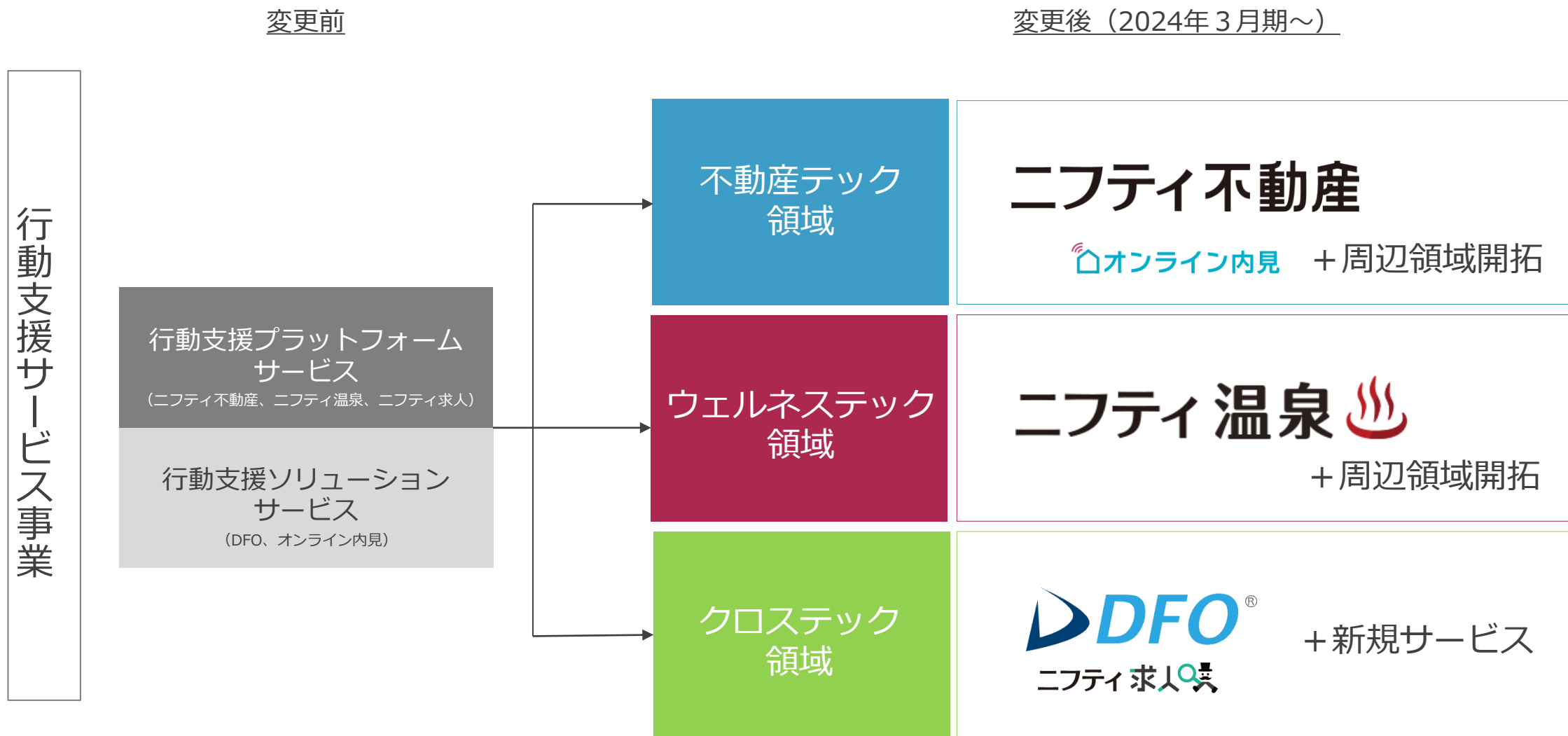
2024年3月期配当予想
1株当たり **13円**

1株当たり配当金の推移（円）

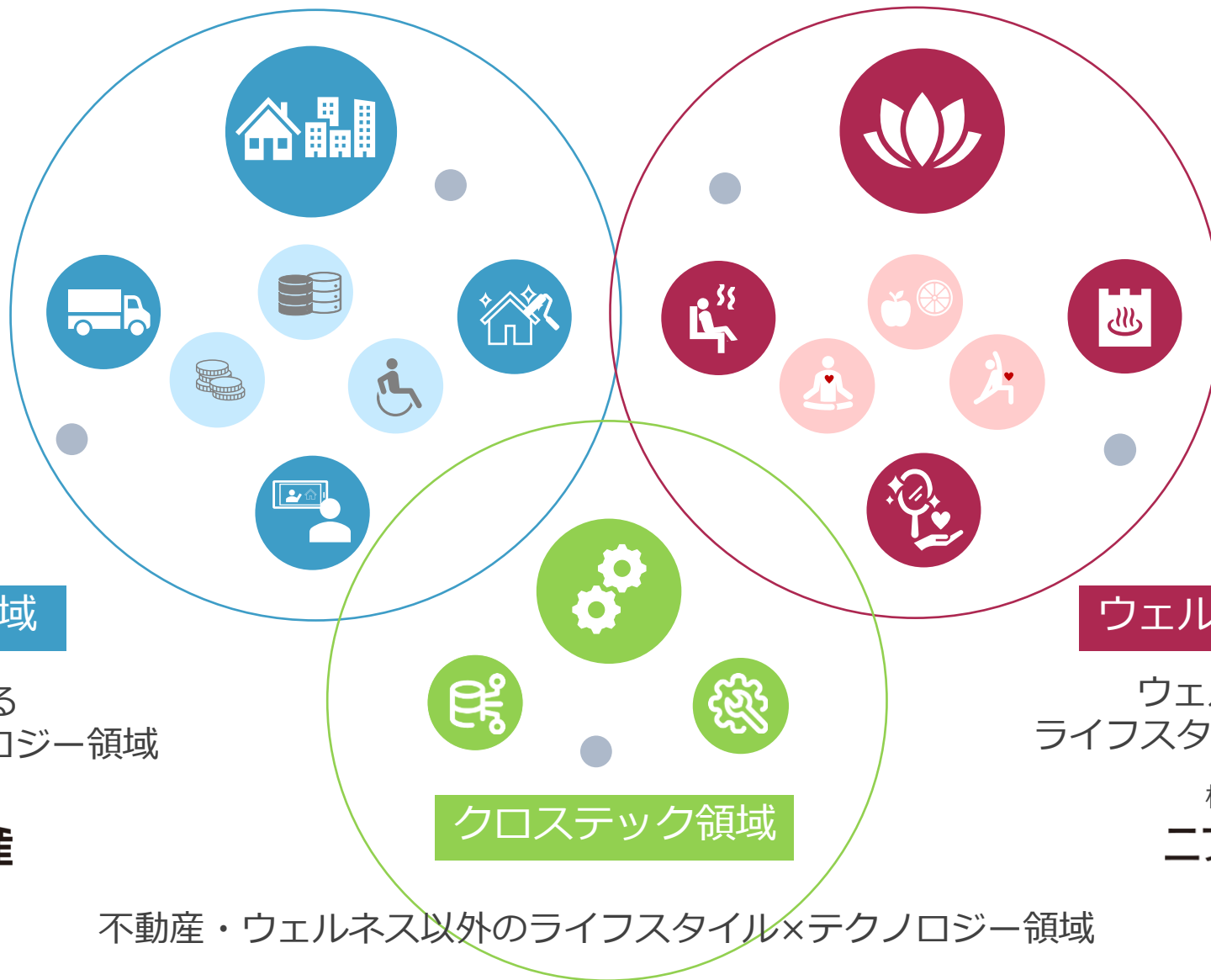


2. 2024年3月期 第2四半期 各事業領域の概況

事業ドメインをライフスタイルテック市場3領域へと再定義（2024年3月期～）



事業ドメインイメージ



不動産テック領域

不動産に関連する
ライフスタイル×テクノロジー領域

核となる事業

ニフティ不動産

ウェルネステック領域

ウェルネスに関連する
ライフスタイル×テクノロジー領域

核となる事業

ニフティ温泉 

クロステック領域

不動産・ウェルネス以外のライフスタイル×テクノロジー領域

核となる事業

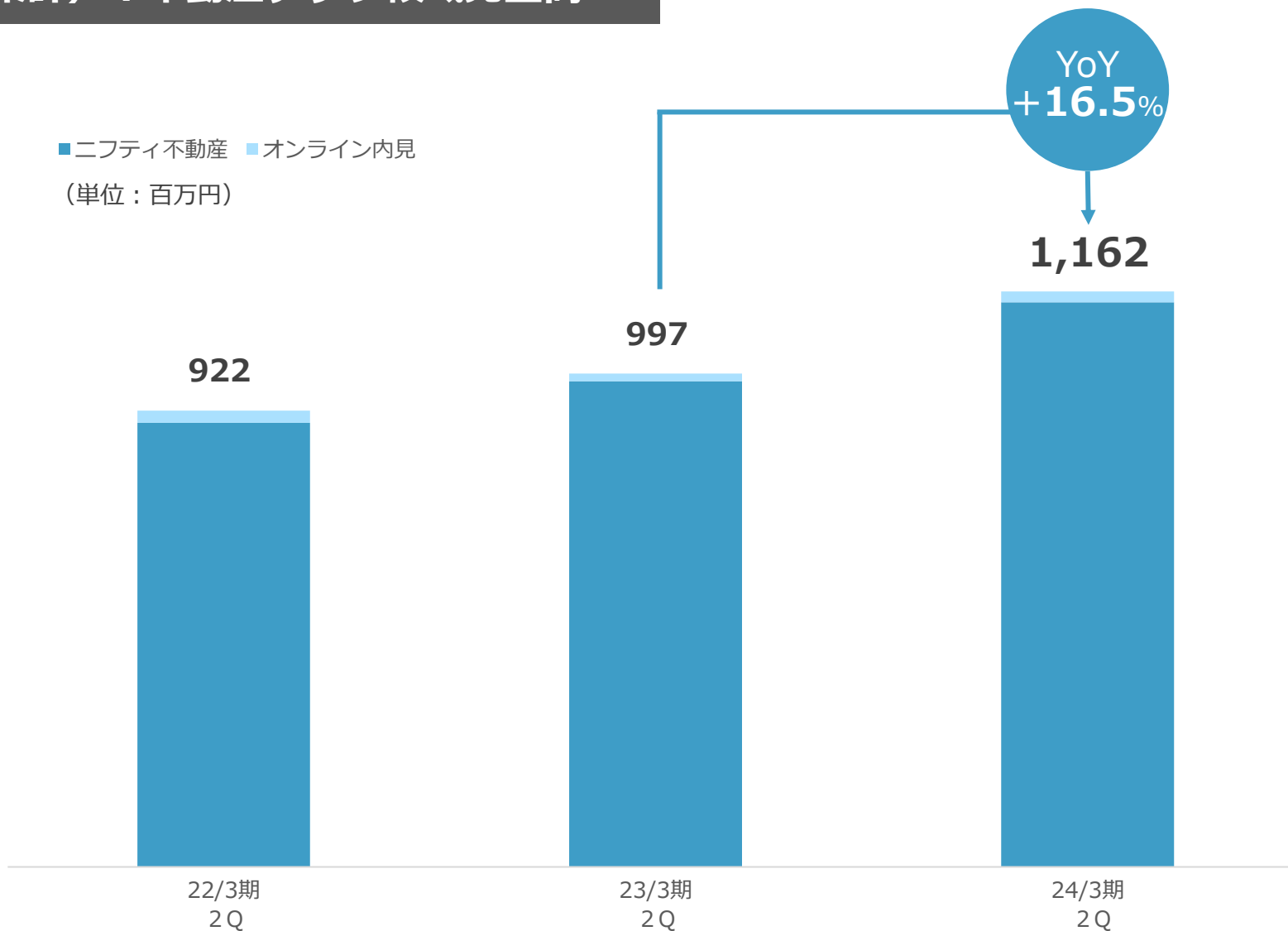
 

2024年3月期 第2四半期（累計）：不動産テック領域売上高

■ 第2四半期 売上高 ■

1,162百万円
(YoY + 16.5%)

主力ビジネスであるニフティ不動産が全体を牽引。オーガニック流入増加に向けた取り組みや、アプリのユーザビリティ向上のための施策等により、MAUが回復基調。今後の収益力向上に向けた施策を推進



※不動産テック領域の売上高構成サービスは、「ニフティ不動産」と「オンライン内見」です。
※24/3期からの事業ドメイン再定義にあわせて、23/3期以前のデータも合わせて組み替えています。

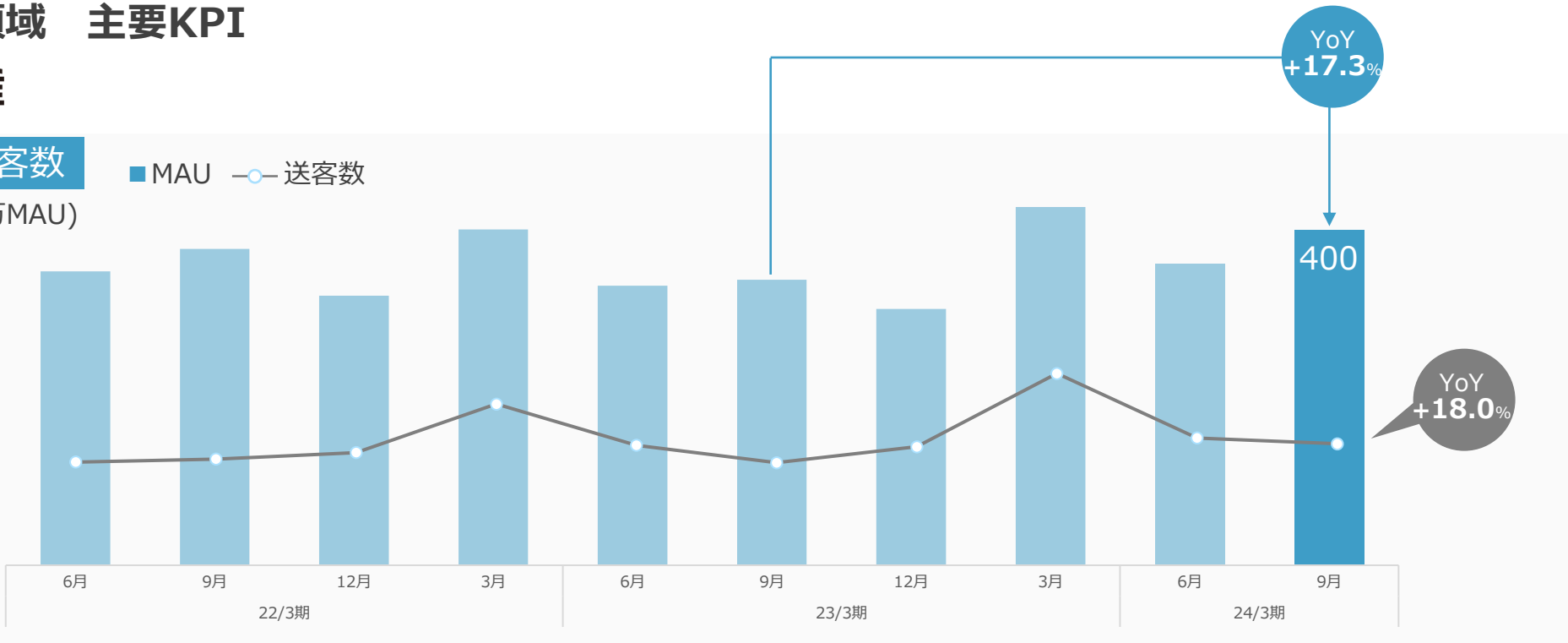
不動産テック領域 主要KPI

ニフティ不動産

MAU / 送客数

(MAU単位：万MAU)

■ MAU ○ 送客数



延べ掲載物件数



1,391 万件

アプリダウンロード数



1,027 万DL

※ 1 MAU (Monthly Active Users/月間アクティブユーザー数) : 各期末の月間の各デバイスユーザーの合算値 ※ 2 送客数 : 月間平均値 (各四半期ごと)
 ※ 3 延べ掲載物件数 : 2023年9月末時点 ※ 4 アプリダウンロード数 : 2023年9月末時点の累計DL数、ニフティ不動産アプリシリーズ合計

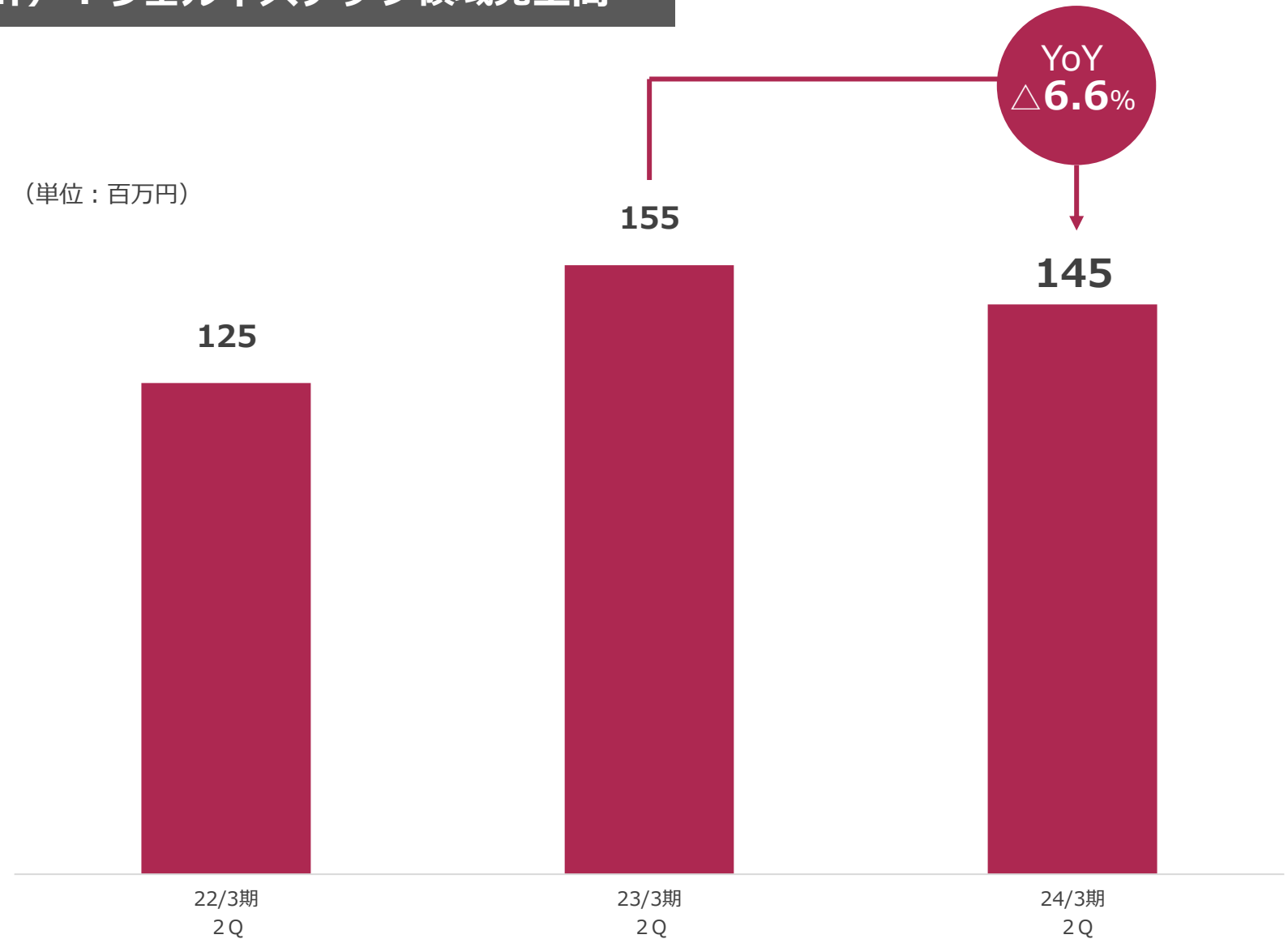
2024年3月期 第2四半期（累計）：ウェルネステック領域売上高

■ 第2四半期 売上高 ■

145百万円
(YoY△6.6%)

オーガニック集客増加のための取り組み遅延により、ユーザー数及びクーポン売上高が伸び悩み。前年1Qにおける体験型広告ビジネスのスポット案件受注に伴う一過性収益増に対する反動減をカバーできず縮小。提供価値向上に向けたコンテンツ拡充や施設支援機能の強化に注力

(単位：百万円)



※ウェルネステック領域の売上高構成サービスは、「ニフティ温泉」です。

※24/3期からの事業ドメイン再定義にあわせて、23/3期以前のデータも合わせて組み替えています。

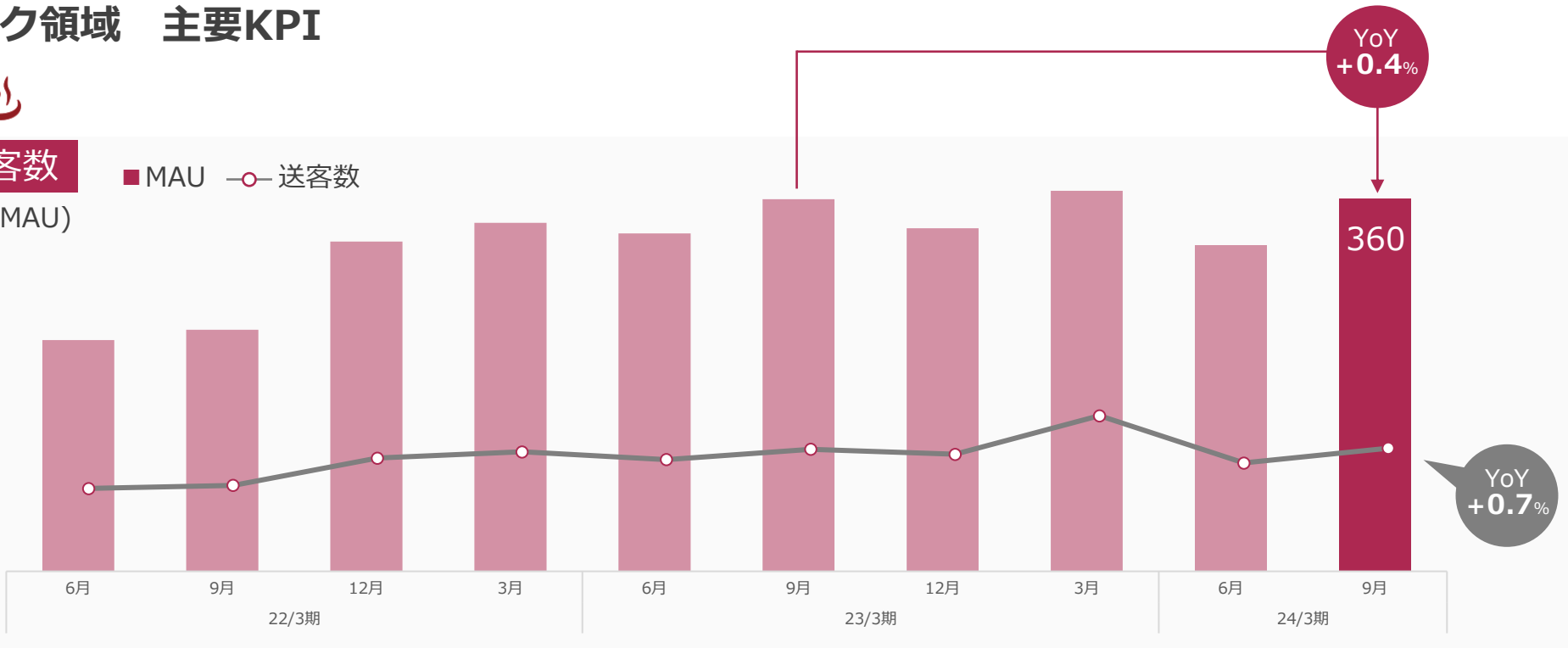
ウェルネステック領域 主要KPI

ニフティ温泉

MAU / 送客数

■ MAU ○ 送客数

(MAU単位：万MAU)



総掲載施設数



16,756 件

クーポン掲載施設数



491 件

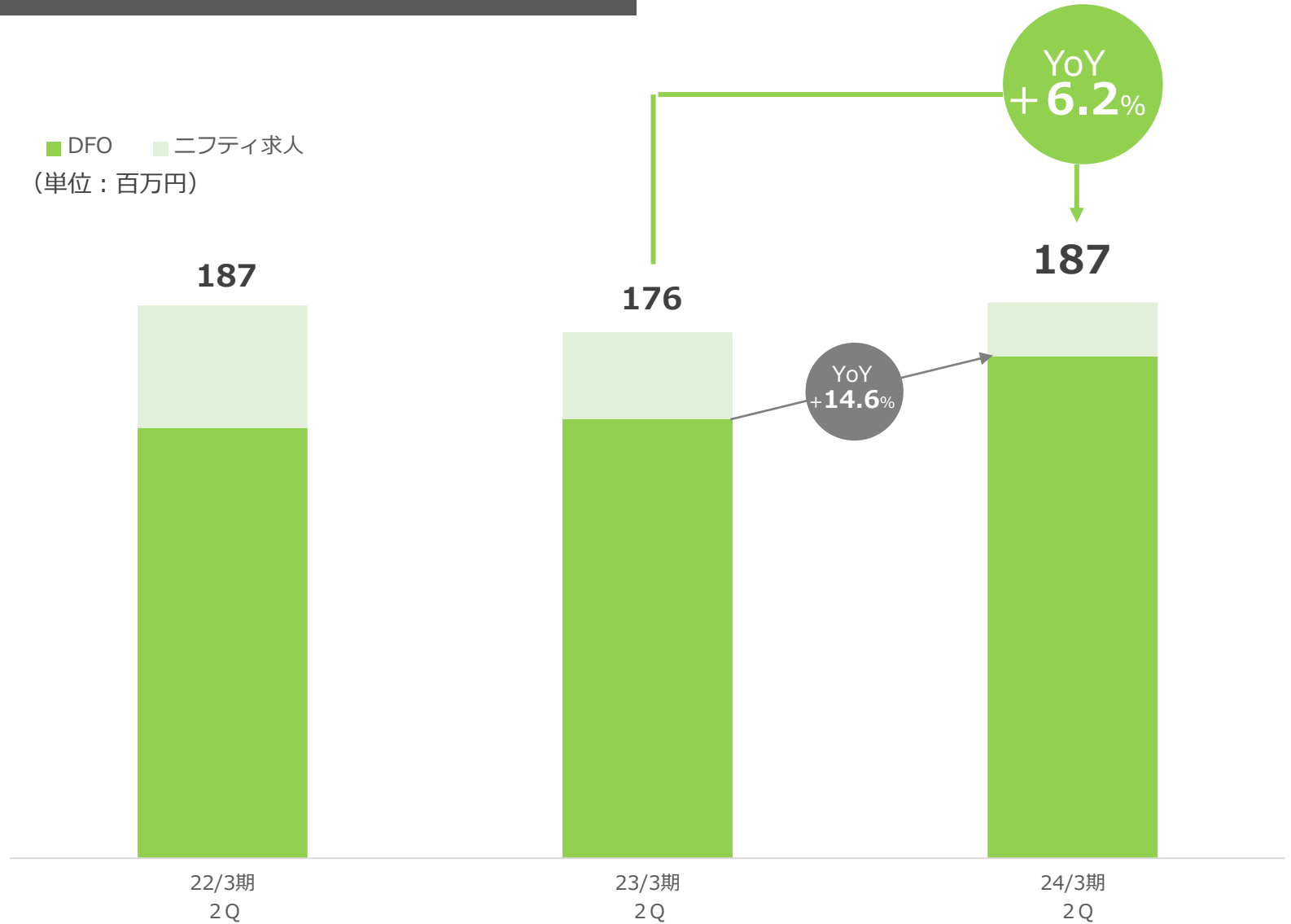
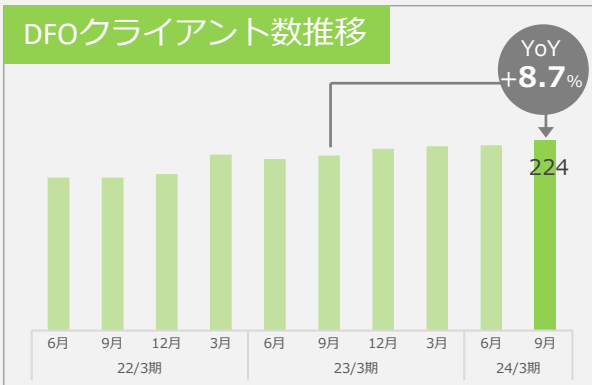
※ 1 MAU (Monthly Active Users/月間アクティブユーザー数) : 各期末の月間の各デバイスユーザーの合算値 ※ 2 送客数 : 月間平均値 (各四半期ごと)
 ※ 3 総掲載施設数 : 2023年9月末時点 ※ 4 クーポン掲載施設数 : 2023年9月末時点

2024年3月期 第2四半期（累計）：クロステック領域売上高

■ 第2四半期 売上高 ■

187百万円
(YoY + 6.2 %)

DFOはストック型で安定的な収益確保により、順調に成長。広告運用サービスのアップセル等も引き続き好調でDFO単独ではYoY14.6%増



※クロステック領域の売上高構成サービスは、「DFO」と「ニフティ求人」です。
 ※24/3期からの事業ドメイン再定義にあわせて、23/3期以前のデータも合わせて組み替えています。
 ※クライアント数（SaaSツールのみ、サイトごとの月間クライアント数）：各期末の月間数値
 ※ニフティ求人は今後の事業の方向性につき検討中

トピックス① 不動産テック領域



データ有効活用！お部屋探しに役立つ情報の発信

ニフティ不動産が持つ豊富な物件情報及びユーザーの行動データを、より価値ある情報として届けたいという思いから、独自のランキングの配信をスタート。理想のお部屋探しのためのコンテンツとして、今後各地の情報をお届け予定



サービス価値理解促進へ向け、機能訴求型PRを開始

有名不動産サイトの物件情報をまとめて検索できる当社サービスの提供価値や、いろいろな探し方が出来る機能にスポットを当てた「機能訴求型」のWEB動画を制作

トピックス② ウェルネステック領域



好調のサウナをフックにしたPRを積極的に実施

ユーザーとのリレーションを強化するため、口コミ・SNS投稿キャンペーン等を積極的に展開。前年の4倍となる約4,000件の口コミを集めたPR企画もあり、8月のMAU400万超えにも貢献

ココロとカラダをととのえる
暮らしの主人公
Stories

『ウェルネス』関連WEBコンテンツ始動

様々な分野で活躍する方へのインタビューを通して、心と体の整え方やより良いライフスタイルを実践するためのヒントを提案していく新コンテンツ「暮らしの主人公Stories」を開始

トピックス③ 人材・組織戦略に基づき、VALUE（わたしたちの価値観）を新たに策定

人材・組織戦略

当社ミッションの実現に向け、新たな価値やイノベーションが生まれる組織への進化を目指す

- 2月～4月：パーパス、ミッション・ビジョンを策定、社内共有会を実施
- 6月～8月：バリュー策定

VALUE（わたしたちの価値観） **NEW**

- **こだわり × 挑戦** : 化学反応を起こす (Innovation)
- **主人公 × 尊重** : みんなで登ろう (One Team)
- **思いやり × 共感** : 愛される存在に (Open Mind)



■ パーパス共有会の様子

3. 事業方針及び重点施策

中期成長に向けた事業領域別戦略



不動産テック領域

お部屋探しから
住まい全般の支援へ

- ・ お部屋探し支援の強化
- ・ 住まい全般の支援
- ・ 不動産事業者向け支援



ウェルネステック
領域

温浴からウェルネス全般へ
支援拡大

- ・ 温浴施設向けビジネスの深化
- ・ メーカー向けマーケティング支援
- ・ ウェルネス領域への進出



クロステック領域

グループ第3の事業の柱創出

- ・ 既存シーズの強化
- ・ インハウスによる新規領域への挑戦
- ・ 業務提携等による事業創出のスピード向上

ニフティ不動産

- オーガニック集客のさらなる向上、利便性/優位性の理解度向上を重視するブランディングへの深化

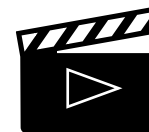
デジタルマーケティング強化



- 継続的なUI/UX対策やデータ活用強化でオーガニック集客向上を目指す

デジタルマーケティングやデータ活用の取り組みを強化することにより集客効率及びユーザビリティのさらなる向上を目指す。
WEBからアプリへの誘導施策にも注力

理解度向上を目指す動画コンテンツ拡充



- ユーザーニーズを捉えた動画でブランドイメージ向上へ

サービスの利便性や優位性について、ユーザー一人ひとりにフィットし、共感を醸成するショート動画をシリーズで制作・展開

ニフティ温泉

- クーポン送客ビジネスだけにとどまらない、提供価値向上を目指した機能強化を推進

温浴施設支援サービスへと幅の拡大



■ クーポン送客の拡充

掘り起こし営業の推進、
ユーザーニーズを満たす
記事コンテンツの配信強化等による
送客支援に注力

- 温浴施設の課題解決に寄り添う
取り組みの推進

ウェルネス領域への進出



■ 新規事業開拓の推進

自社サービス展開のほか、
M&Aや業務提携等を活用した
インオーガニックでの成長も視野に
取り組みを推進

- ライフスタイル提案型メディアを
目指した取り組みに着手



当社代表の成田と握手を交わす新執行役員の吉澤（写真右）

クロステック領域 デジタルマーケティング事業本格スタート！

ジラフ社代表取締役 吉澤 宏充氏が
当社執行役員に就任



SEOやデジタルマーケティング分野における高い見識を有する吉澤が牽引することで、クロステック領域における事業及びサービスの発展・拡大を目指す体制を構築

2024年3月期 重点戦略④：ジラフ社とのシナジー推進

- ジラフ社のアセットやノウハウを活用し、関連商材の拡充や既存サービスとの連携などによるシナジー創出を推進



顧客基盤の相互拡大
新規サービスの提案
(クロスセルの促進)

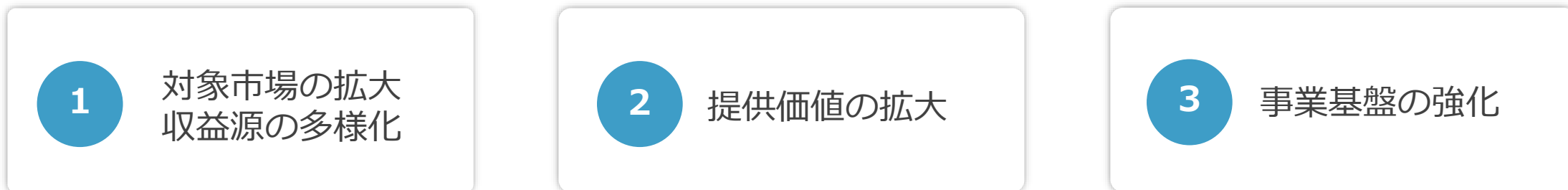


テクニカルSEO支援
ジラフ社
自社サービスとの
連携可能性模索

M&A戦略

- 既存事業の着実な成長を推進するとともに、周辺領域での事業強化・拡大に向けて、手段としてのM&Aやアライアンスの積極的な活用推進に注力
- 社内推進体制の整備や社外協業先の拡充による案件ソーシング強化を進める

【M&Aで目指すもの】



対象企業／事業

- ・ ウェルネス領域×テクノロジーによる新規事業創出
- ・ ライフスタイル領域×テクノロジーによる新規事業創出

- ・ 不動産売却やリフォーム、引越し等、不動産周辺領域にて事業展開する企業、WEBプロダクト
- ・ 温浴施設の業務改善支援につながるサービスを手掛ける企業、ツール、WEBプロダクト

- ・ 当社プロダクトとのシナジーや業態の親和性があり、強固な営業体制/開発人材を有する企業

企業価値向上に向けたIR活動の実施

- 認知度向上・事業理解促進等を目指し、個人投資家のみなさまへ向けた情報発信を強化してまいります

Kabu Berry Lab 登壇

2023年11月2日(木)
20:00～@LIVE配信

スピーカー：浅野雄太(取締役管理本部長)

◆参加お申し込みはこちらから◆

<https://kabuberry.com/lab143/>

投資WEB 登壇

2023年11月15日(水)
20:00～@LIVE配信

スピーカー：成田隆志(代表取締役社長)

◆参加お申し込みはこちらから◆

<https://www.kojintoushika.com/live-11-15-wed-nifty-lifestyle/>

ブリッジサロン 登壇

2023年12月9日(土)
13:00～@LIVE

スピーカー：成田隆志(代表取締役社長)

※参加お申し込みは開催1か月前から

IR note を開始いたしました。
メディアプラットフォーム「IR noteマガジン」にも参画、積極的な情報発信を行ってまいります。



<https://note.com/niftylifestyle>



4 . appendix

2024年3月期 第2四半期：連結貸借対照表

(単位：百万円)

		24/3期 9月末	23/3期 期末	増減額
流動資産	合計	4,906	4,736	+170
	現預金	4,398	4,206	+191
	売掛金	471	504	△32
	その他	37	26	+10
固定資産	合計	761	563	+197
	ソフトウェア	343	292	+51
	のれん	223	92	+131
	その他	193	178	+14
資産	合計	5,667	5,300	+367
負債	合計	754	547	+207
純資産	合計	4,913	4,753	+160
	資本金	1,260	1,259	+1
	資本剰余金	1,177	1,175	+1
	利益剰余金	2,466	2,313	+153
	新株予約権	9	5	+4
負債・純資産	合計	5,667	5,300	+367

Purpose

思いやりとテクノロジーで、一人ひとりの「幸せな暮らしの意思決定」を支え続ける。

■ 会社名	ニフティライフスタイル株式会社
■ 所在地	東京都新宿区北新宿二丁目21番1号 新宿フロントタワー
■ 代表者	代表取締役社長 成田 隆志
■ 設立日	2018年2月23日
■ 資本金	12億6,037万円 <small>※2023年9月末時点</small>
■ 従業員数	67名（7名）※ <small>※単体、2023年9月末時点 括弧内は臨時従業員（アルバイト）数</small>
■ 証券コード	4262（東証グロース）
■ 子会社	株式会社Tryell、株式会社GiRAFFE & Co.

Our MISSION & VISION

私たちが実現したい世界、
それは
誰もが「暮らしの主人公」になる世界です。

その世界を実現する第一歩として、
私たちは「暮らしのこだわり」を届け、
毎日をよりよくすることにチャレンジします。

Mission (わたしたちが目指す姿)

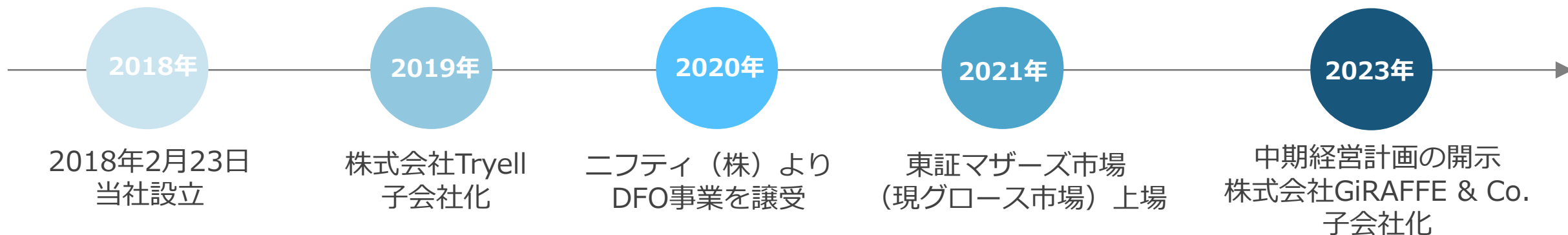
誰もが「暮らしの主人公」になる世界を
実現する。

Vision (マイルストーン)

「暮らしのこだわり」を届ける。

中期経営計画 (2024年3月期～2026年3月期)

当社の歩み



- 1986年
株式会社エヌ・アイ・エフ設立
(現富士通クラウドテクノロジーズ株式会社)
- 1987年
NIFTY-Serveサービス開始
- 1991年
社名をニフティ株式会社に改称
- 1999年
@niftyサービス開始
- 2000年
ニフティ不動産、ニフティ求人サービス開始

- 2003年
ニフティ温泉サービス開始
- 2008年
DFOサービス開始
- 2014年
オンライン内見サービス開始
- 2017年
ニフティ(株)、
富士通クラウドテクノロジーズ(株)とニフティ(株)に分社化
ニフティ(株)※現当社親会社はノジマグループ傘下へ

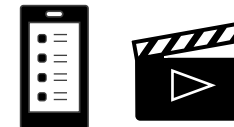
当社を取り巻く外部環境

ライフスタイルの多様化



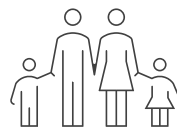
テレワークやフリーランス等、新しい働き方が定着しつつある中、地方移住への関心が高まる等、暮らし方・働き方・価値観が多様化

情報流通構造の変化



デジタルデバイスが進化。受け手のニーズに合ったツール（スマートフォンやタブレット等）やコンテンツ（SNSや動画等）が台頭

人口減少社会



少子高齢化の加速による労働力不足への懸念
健康志向の高まりでウェルネス領域への
注目集まる

DX化の加速



コロナ禍を契機に取り組みが加速。会議や電子契約等リモート環境整備のほか、ビッグデータやAIの活用、自動化領域の拡大も進む



膨大な情報量

いずれのサービスも提供開始から約20年と歴史があり、取引先との強固な信頼関係を構築しており、国内最大級の情報を束ねて掲載することが可能となっている

ニフティ不動産

掲載物件数のべ1,300万件

※2023年9月末現在

ニフティ温泉

掲載施設数のべ16,000件

※2023年9月末現在

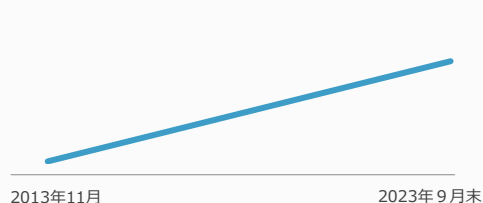


ユーザー集客力

ユーザー目線のアプリ開発に注力しており、各サービスのアプリDL数は堅調に推移。またWEBマーケティングの効果的な活用等もあり、成約確度の高いユーザーの獲得・送客につなげている

アプリDL数推移※

1,078万DL



情報処理分野における 技術とノウハウ

膨大なデータを瞬時に加工できる情報処理を得意とする。重複物件の名寄せ処理の実現や、独自の検索システムによるデータの高速処理を実施



名寄せによる一覧性

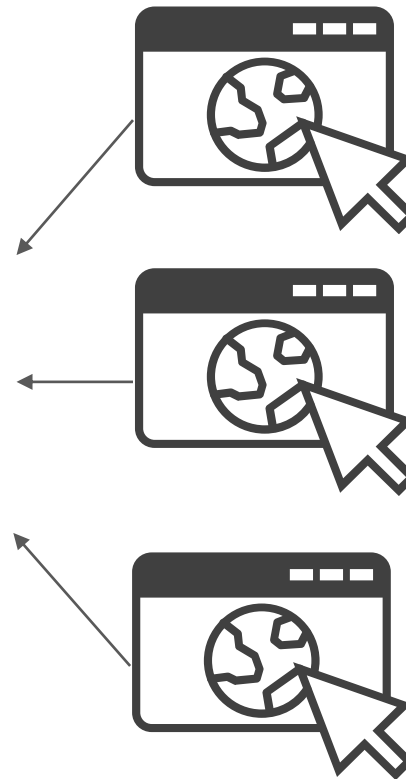


130超のこだわり条件

ニフティ不動産

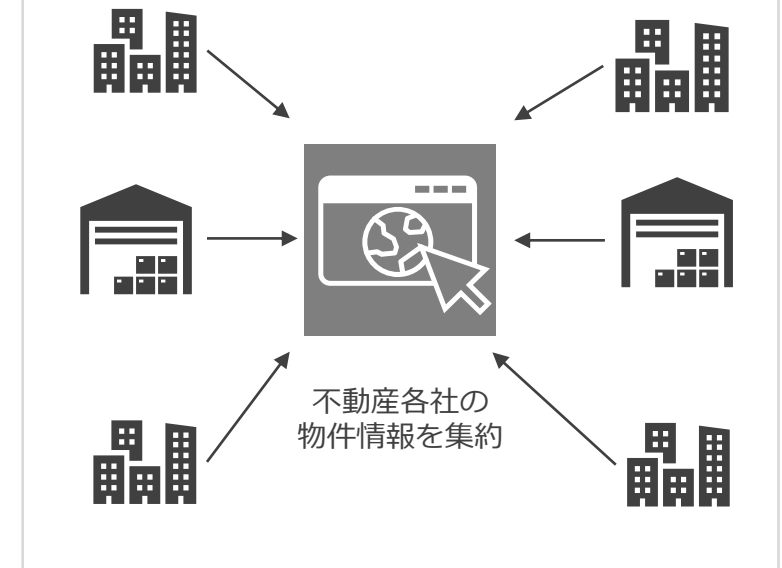


不動産ポータル



不動産ポータルとは...

不動産情報に特化した専門サイト



- 大手不動産ポータルサイトの物件情報をまとめて比較・検討できるお部屋探しサービス。
掲載物件数は延べ1,300万件（2023年9月末時点）と国内最大級で、アプリを中心に展開

競争優位性

■ 世の中の膨大な情報を収集・最適化し「まとめて検索できる」プラットフォームとして提供

	不動産テック領域主力ビジネス 「ニフティ不動産」の競争優位性
情報量	ニフティ不動産の掲載物件のべ1,300万件等※ 圧倒的な情報量を誇る ※2023年9月時点「ニフティ不動産」延べ掲載物件数
比較性	大手ポータルサイトの掲載情報を横断的に一括 で比較できるため、効率の良い検討が可能
利便性	130項目以上に上るユーザーの詳細な「こだわり 条件」を設定でき、充実の物件情報等を比較 可能
独自性	名寄せ技術により集約した膨大な情報を見やす く一覧表示。また、ユーザーの検討状況に合わ せて独自ロジックによるレコメンドを実行

当社サービスを使うと…

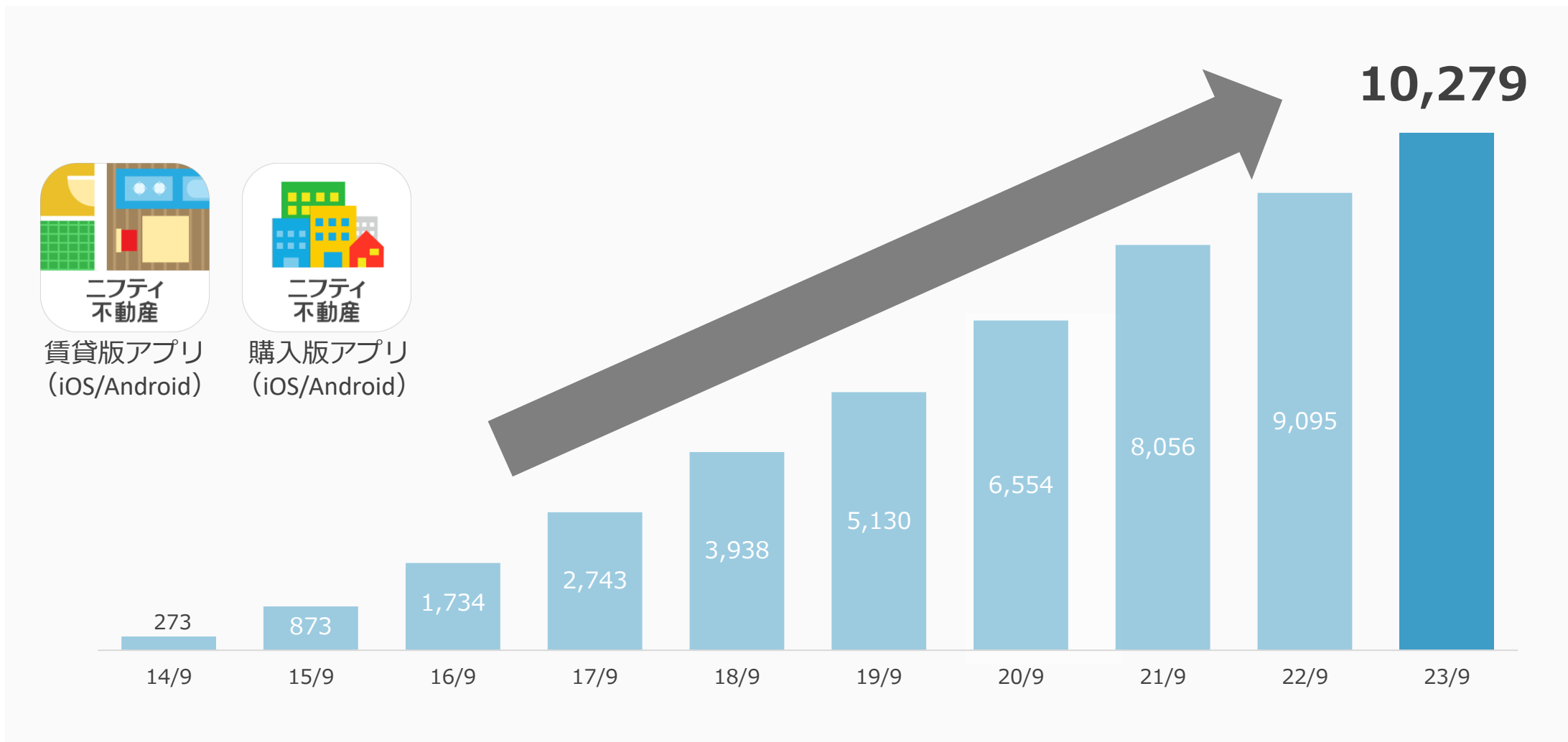


まとめて検索できて時短・便利

ニフティ不動産 アプリ累計ダウンロード数推移

■ 2023年6月に累計1,000万ダウンロードを突破

(単位：千DL)



※アプリダウンロード数：各年6月末時点の累計DL数、ニフティ不動産アプリシリーズ合計

ビジネスモデル：不動産テック領域

当社サービス



日本最大級の温泉施設総合情報検索プラットフォーム

ニフティ温泉

- 全国の日帰り温泉施設やスパなどに関する情報やお得なクーポン、口コミ等を掲載する独自メディア。各種ランキングや記事などのコンテンツ提供のほか、温泉施設と連携した広告プランの提案も実施

掲載温泉施設数

約**16,000**施設※

※2023年9月末時点

月間ユーザー数

約**360**万ユーザー※

※2022年度平均

会 員 数

全国約**71**万人※

※2023年9月末時点



ビジネスモデル：ウェルネステック領域

当社サービス

ニフティ温泉



SaaS型 インターネット広告入稿支援 マーケティングツール



- インターネット広告出稿時に、商品データを最適な広告配信フォーマットへ自動変換する広告入稿支援ツール“DFO(Data Feed Optimization)”をSaaS型ビジネスとして提供。

導入実績※



※導入実績は一部抜粋（2023年9月末時点）

ジラフSEO (デジタルマーケティングコンサルティングサービス)

powered by

GiRAFFE & Co.

■ 2023年9月に当社グループへ参画した株式会社GiRAFFE & Co.が展開
テクニカルSEOをはじめとするデジタルマーケティングコンサルティングサービス

- ・ リニューアルSEO
WEBサイトリニューアル時のSEOトータルケアサービス
- ・ WEBグローース
SEO・解析・打ち手の実装・効果検証を一気通貫で提供する
「成果をあげること」に特化したサイト運用サービス

ジラフ社のサービスはこちらから

<https://giraffe-co.jp/service/>



テクニカルSEO とは



検索エンジン向けのSEOのこと。検索エンジンから正しい評価を受け、検索上位を獲得できるようにするため、サイト構築の際に技術的な部分を改修する手法

ビジネスモデル：クロステック領域

当社サービス



■ SaaSツール販売



■ DFO運用コンサルティング



■ 広告運用サービス

データフィードのプロフェッショナルによる広告運用サービス。データフィードと広告運用の窓口のワンストップサービスを行うことで、効率良く広告効果の最大化を図ることが可能

GiRAFFE SEO

■ コンサルティングサービス

テクニカルSEOに関するコンサルティングに強みを有する株式会社GiRAFFE & Co.が手掛ける、テクニカルSEOをはじめとしたデジタルマーケティングコンサルティングサービス

ツール（SaaS型）、コンサルティングサービス提供



月額利用料



広告運用支援



運用手数料



コンサルティングサービス提供



コンサルティングフィー



クライアント

EC企業・広告代理店等



クライアント

EC企業・広告代理店等

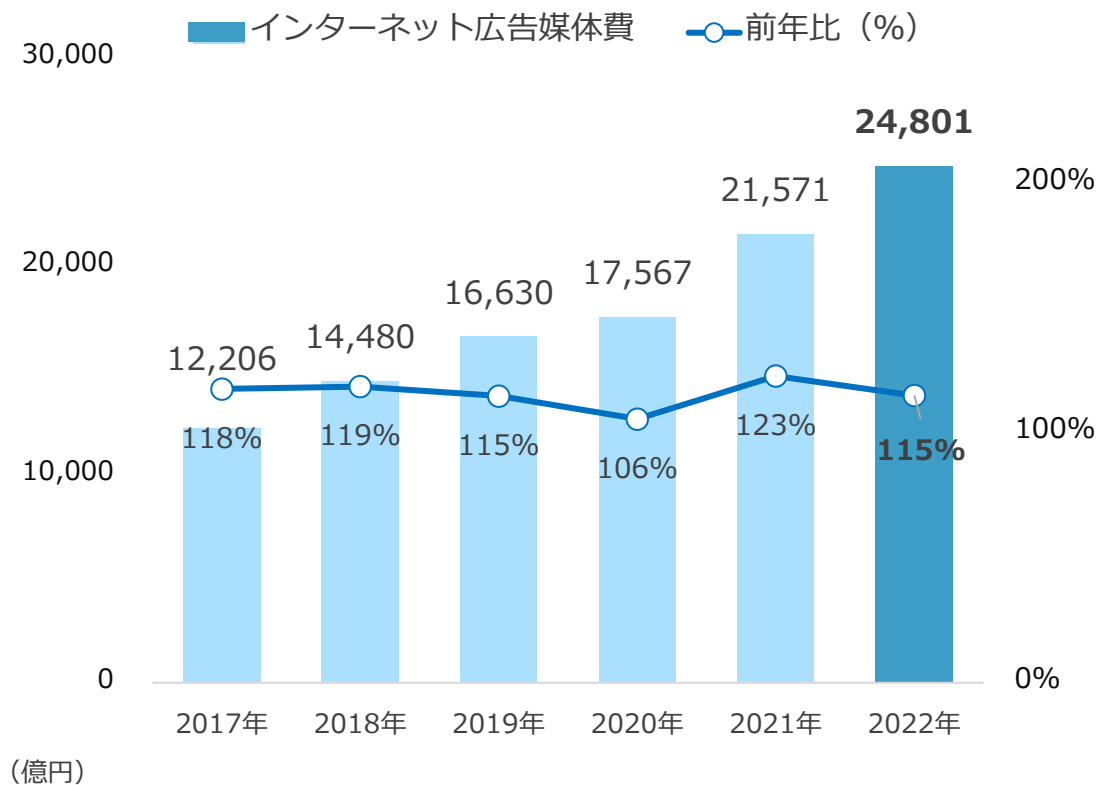


クライアント



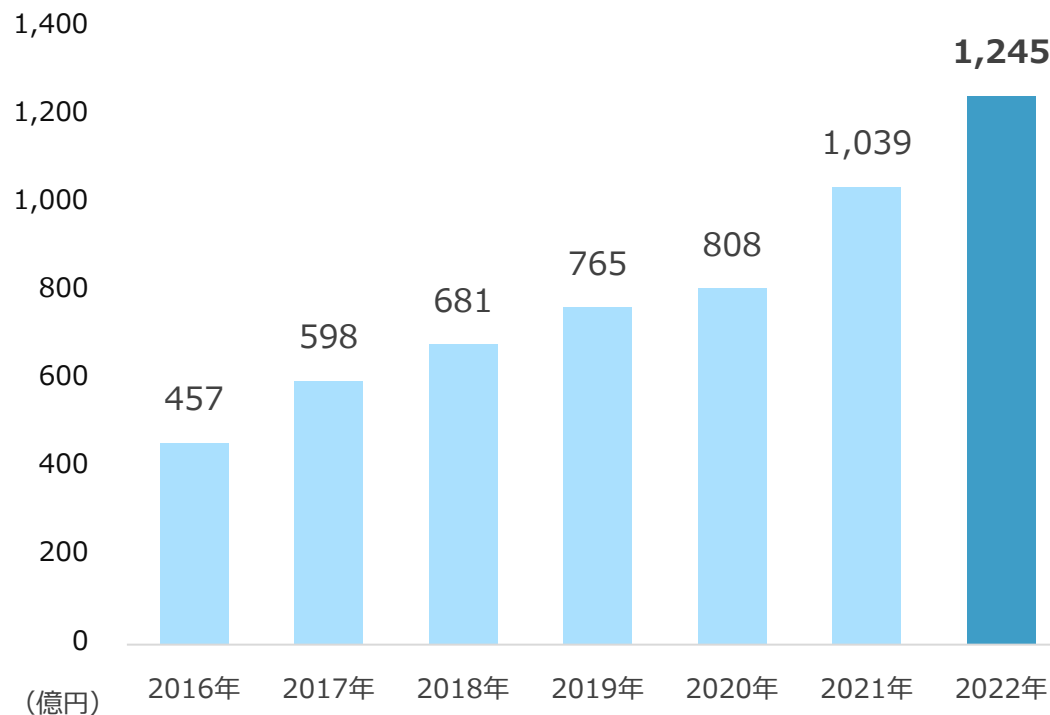
■ インターネット広告市場の拡大に伴い、不動産関連インターネット広告費も、2ケタ成長見込み

インターネット広告媒体費



※出典：(株)電通「2022年日本の広告費」インターネット広告媒体費総額の推移

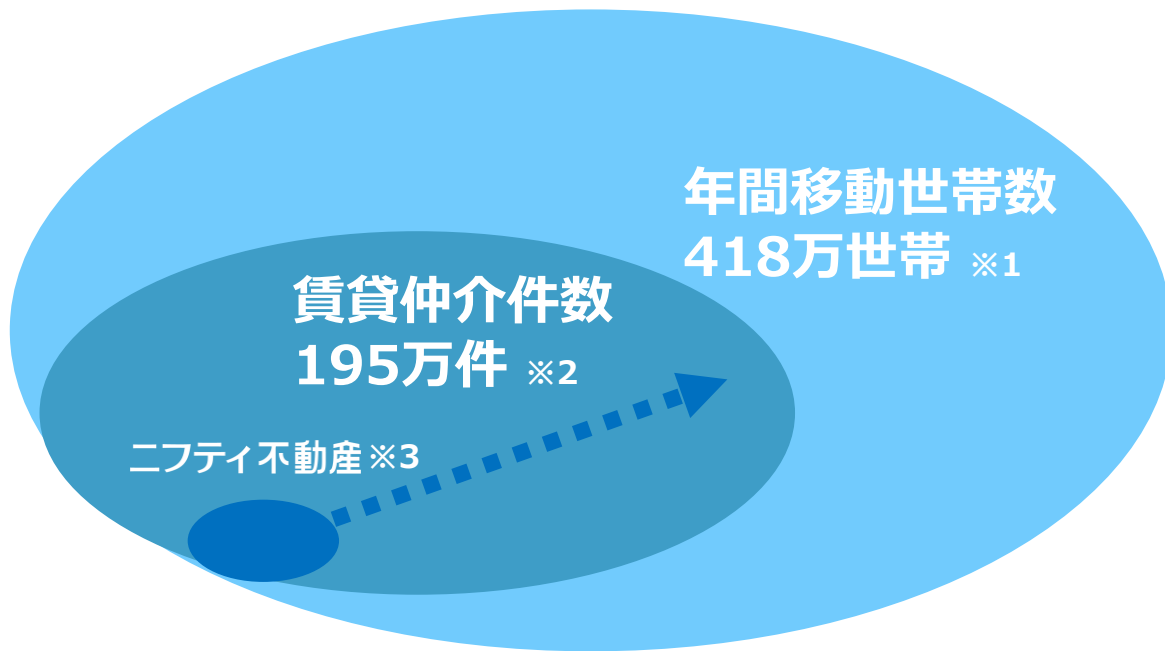
不動産・住宅設備 インターネット広告費（推定）



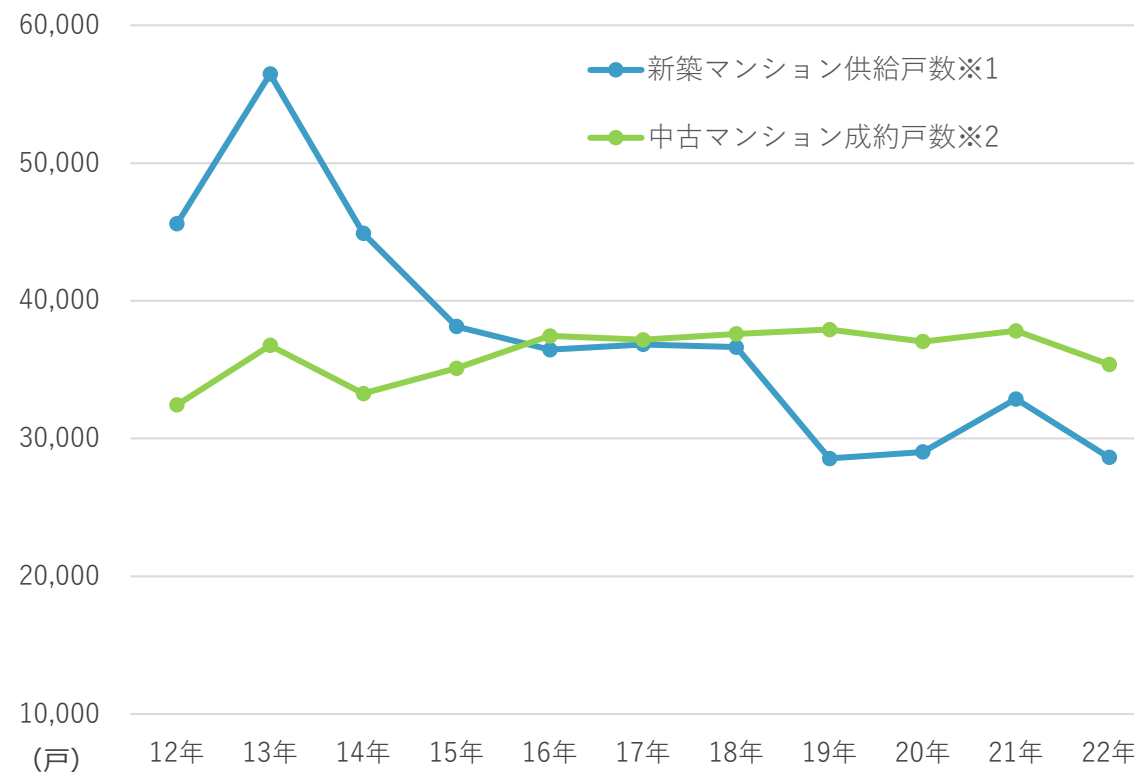
※(株)電通「2022年日本の広告費」をベースに当社試算

- 賃貸市場における移動世帯数及び仲介件数は、年間数百万件の規模にてニーズ安定
- 売買市場における中古マンションの成約戸数は、新築戸数の供給減も受けて堅調推移

賃貸市場（仲介件数）



売買市場（首都圏新築・中古マンション流通件数）



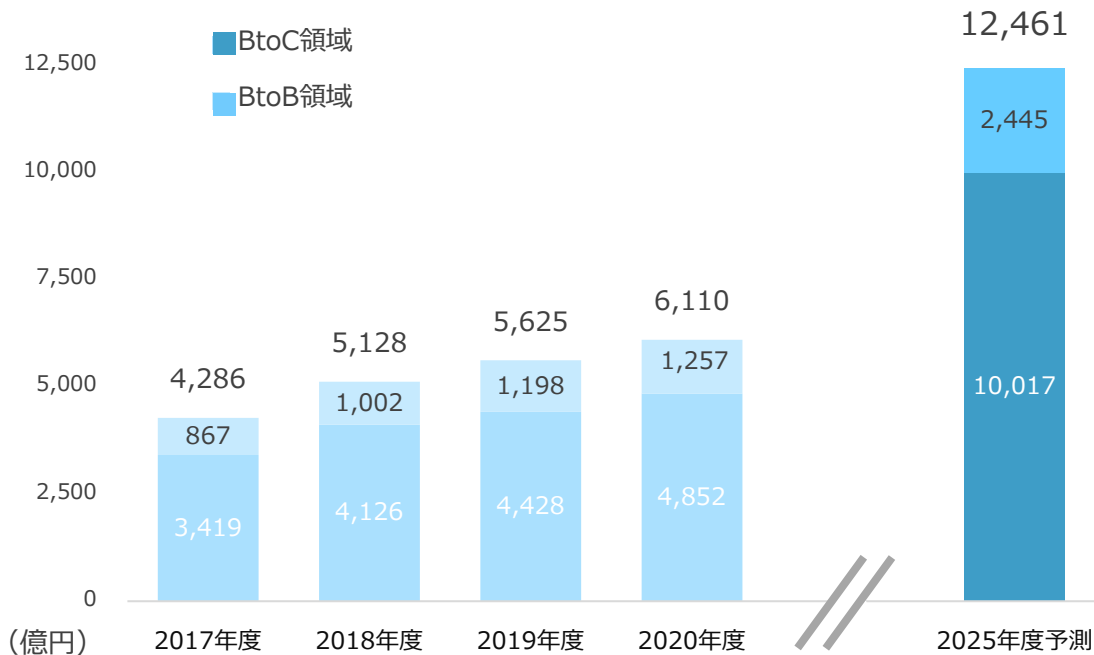
※1 野村総合研究所「2040年の住宅市場と課題」のデータを元に当社試算
 ※2 出典：矢野経済研究所 個人向け不動産仲介市場に関する調査（2019年）2019年8月20日発表
 2020年予測値、個人向け居住用賃貸物件の仲介件数ベース
 ※3 ニフティ不動産からの送客数実績より当社試算

※1 出典：株式会社不動産経済研究所 首都圏 新築分譲マンション市場動向
 ※2 出典：公益財団法人東日本不動産流通機構 首都圏不動産流通市場の動向

市場環境（3）不動産テック関連市場 動向

- 不動産テック市場については、2025年度にて1兆円規模まで拡大予測
- 宅地建物取引業法の改正により、不動産取引書面の電子化等のDXが促進

不動産テック市場



※出典：矢野経済研究所 不動産テック市場に関する調査を実施（2021年）2021年8月17日発表

BtoC領域として ①物件探し等のメディア ②マッチングサービス ③設計・施工サービス ④住宅ローン ⑤クラウドファンディング（不動産型）⑥物件利用（シェアリング）仲介を、BtoB領域として ⑦マッチングサービス ⑧不動産情報提供サービス ⑨不動産仲介・管理業務支援／価格査定系 ⑩VR（仮想現実）／AR（拡張現実）技術を活用した支援サービス ⑪IoT（クラウド型監視カメラ／画像解析／スマートロック）を対象として、事業者売上高ベースで算出

宅地建物取引業法の改正

2022年5月18日 宅地建物取引業法の改正

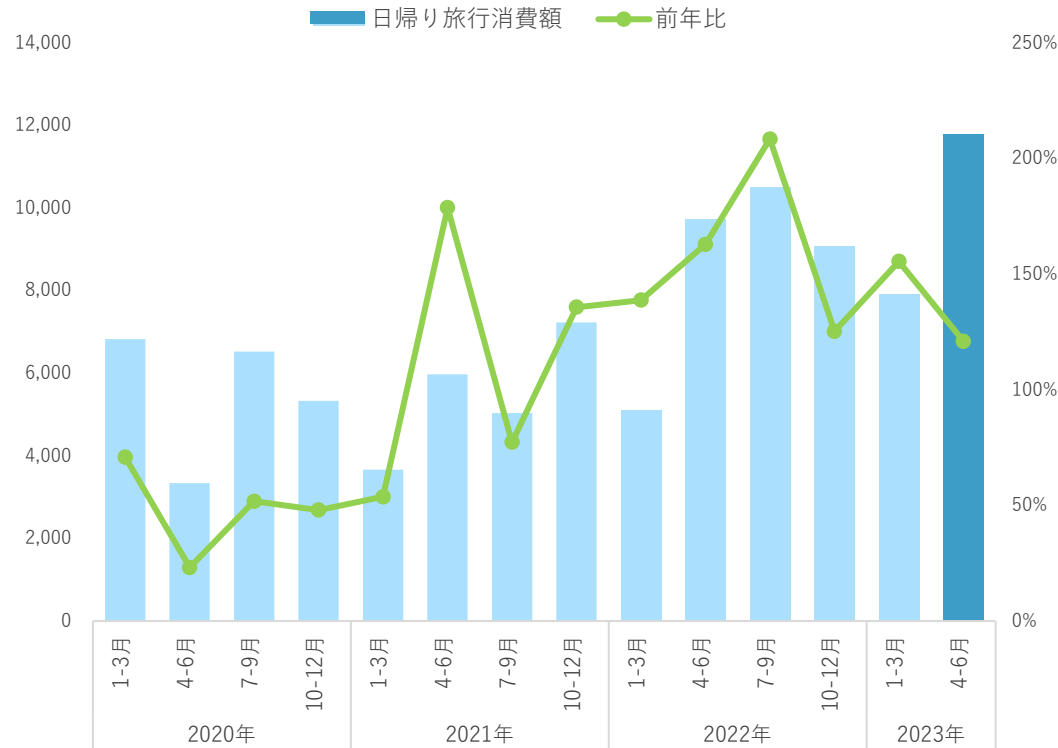


市場環境（4）日帰り旅行関連 動向

- 国内の日帰り旅行の消費動向は実施の状況はコロナ禍以前の状況に戻りつつある。
この先1年以内の国内旅行意向調査では、4分の3が「行きたい」と回答

日帰り旅行消費動向

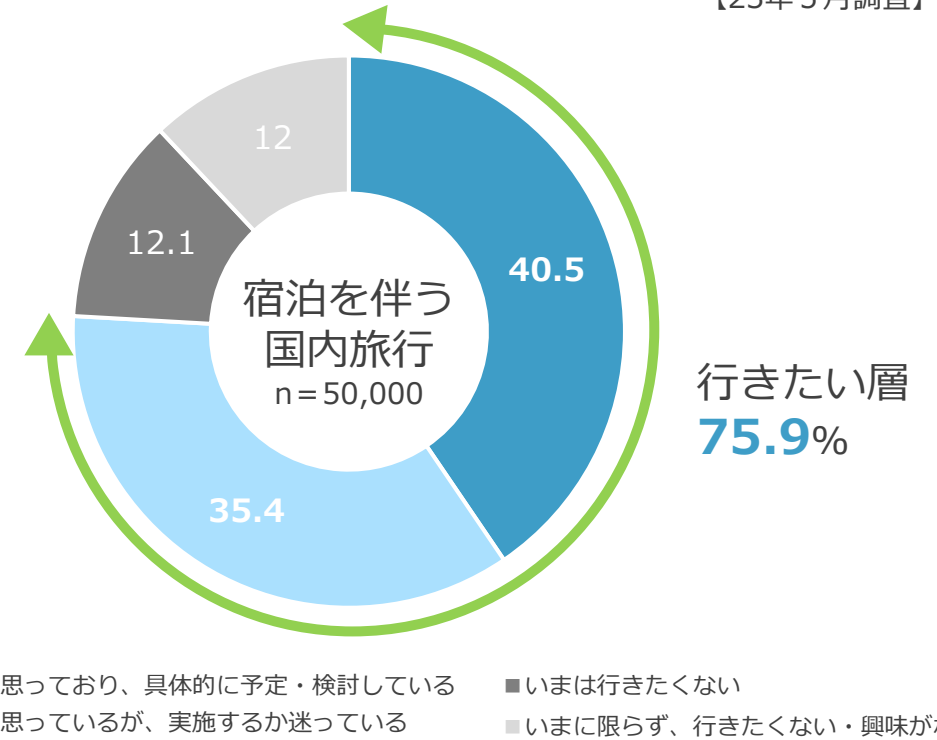
(単位：億円)



※出典：国土交通省 観光庁 日帰り旅行消費動向 2023年4-6月期 (速報)

この先1年以内の国内旅行意向

Q. この先1年以内に観光・レクリエーション旅行に行きたいと思いますか？
【23年5月調査】

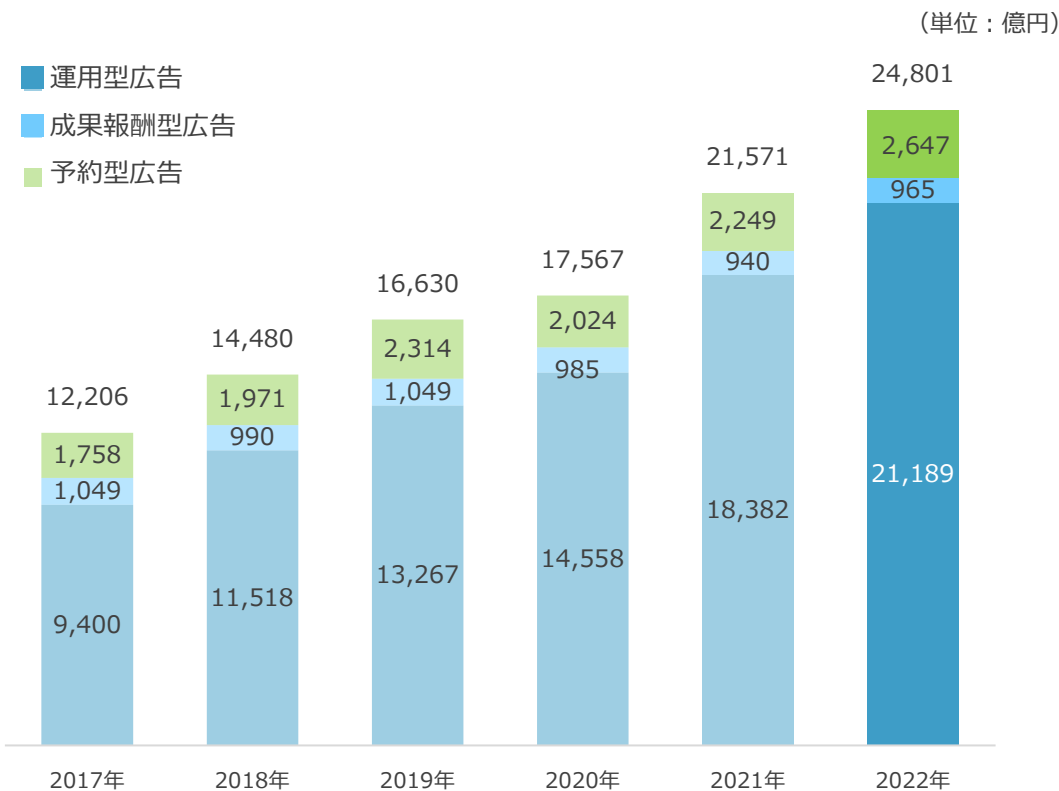


※出典：公益財団法人日本交通公社 新型コロナウイルス感染症影響下の日本人旅行者の動向 (その23)

市場環境（5）運用型広告、EC関連動向

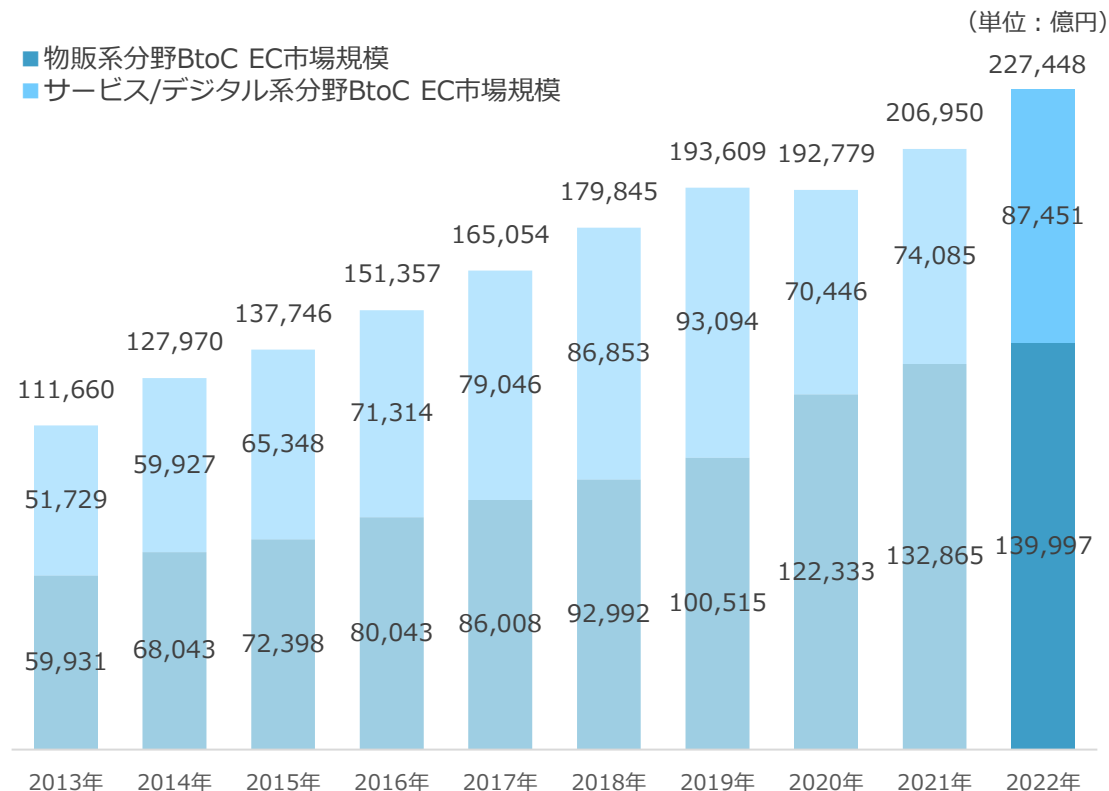
- インターネット広告媒体費の取引手法別構成比は、運用型広告を中心に2ケタ成長継続
- 電子商取引市場（EC市場）の物販分野は、コロナ下での需要も追い風に拡大加速

インターネット広告媒体費 取引手法別構成



※出典：(株)電通「日本の広告費」インターネット広告媒体費 取引手法別構成比

電子商取引市場（EC市場）



※出典：経済産業省「令和4年度 電子商取引に関する市場調査 報告書」国内電子商取引市場規模 (BtoC)

用語集

ASO(App Store Optimization)

アプリストアにおいて、自社アプリの表示率を向上させることにより、アプリダウンロード数や利用ユーザー数を拡大する集客施策のこと

CRM(Customer Relationship Management)

顧客との関係を管理しながら、その関係を長期的に深めていく手法や施策のこと

DFO(Data Feed Optimization)

ECサイトなど多商材のWEBサイトで、WEB広告用の商品データを広告媒体ごとに最適化するための手法や取り組みのこと

DX(Digital Transformation)

デジタルテクノロジーにより企業の収益構造の転換や新たな事業創造等を図る取り組みのこと

LTV(Life Time Value)

顧客生涯価値の意。ある顧客が自社の利用を開始してから終了するまでの期間に、自社がその顧客からどれだけの利益を得ることができるのかを表す指標

MAU(Monthly Active Users)

WEBサイトやアプリ等において、月あたり1回以上の利用や活動があったユーザー数のこと

SEO(Search Engine Optimization)

検索エンジンの検索結果において、自社サイトの表示順位を向上させることにより、サイト利用ユーザー数を拡大する集客施策のこと

SaaS(Software as a Service)

提供者側のサーバーで稼働するソフトウェアをインターネット等を経由して、ユーザーが必要な機能のみを選択して利用できるサービスのこと

UI(User Interface)

アプリケーションソフトウェアをユーザーが操作する方法のこと

UX(User Experience)

サービス等の利用を通じてユーザーが得る体験のこと

■ 本資料の取扱いについて

- 本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれていますが、これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。そのため、将来の結果や業績を保証するものではありません。
- 本資料の記述に記載された結果に影響を与える要因には、国内外の経済情勢や、当社の関連する業界動向などが含まれますが、これらに限られるものではありません。
- 本資料において当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性、適切性等については何ら検証しておらず、またこれを保証するものではありません。



ニフティライフスタイル